

# BAB I

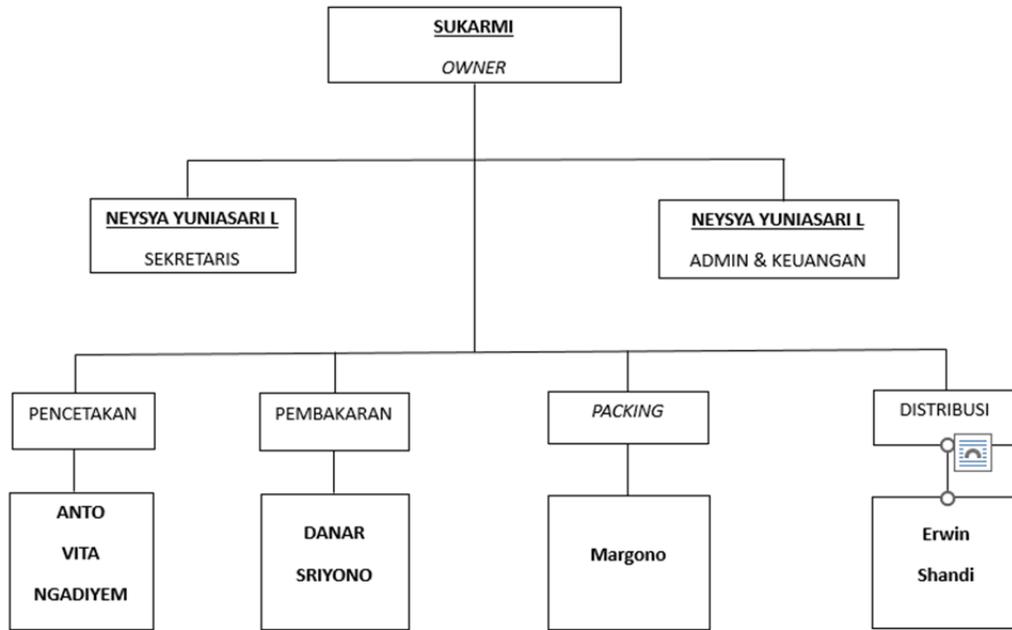
## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

#### 1.1.1 Profil Perusahaan

Gerabah Istiqomah termasuk sebuah perusahaan untuk memproduksi berbagai jenis kerajinan tangan yang terbuat dari tanah liat seperti vas bunga, pot tanaman, patung, guci, celengan, kendi, kualu, celengan, piring, anglo, tempayan, cobek, poci, bahkan satu set perlengkapan meja. Gerabah Istiqomah sendiri didirikan sejak tahun 2012 oleh keluarga pengrajin gerabah yang saat ini menjadi pemilik perusahaan tersebut, bernama Ibu Sukarmin. Lokasi dari Gerabah Istiqomah ini terletak di Dukuh Pagerjurang RT 01/RW 12, Paseban, Bayat, Kab. Klaten, Jawa Tengah, 57462.

Gerabah Istiqomah merupakan sebuah perusahaan yang menggunakan sistem *Business to Business* (B2B) yaitu sebuah sistem dimana perusahaan ini menyediakan jasa produksi gerabah dan menjual hasil produksinya kepada bagi perusahaan yang lain. Namun, Gerabah Istiqomah juga menggunakan sistem *Business to Consumer* (B2C) yaitu sebuah sistem dimana perusahaan ini menyediakan jasa produksi gerabah dan menjual hasil produksinya kepada konsumen secara langsung. Di samping itu, Gerabah Istiqomah memiliki keinginan untuk memiliki brand sendiri, maka pemilik usaha dan para pekerjanya selalu berupaya untuk mewujudkan demi memajukan bisnisnya tersebut. Hingga saat ini Gerabah Istiqomah terdapat struktur organisasi:



**Gambar 1.1 Struktur Organisasi Perusahaan**

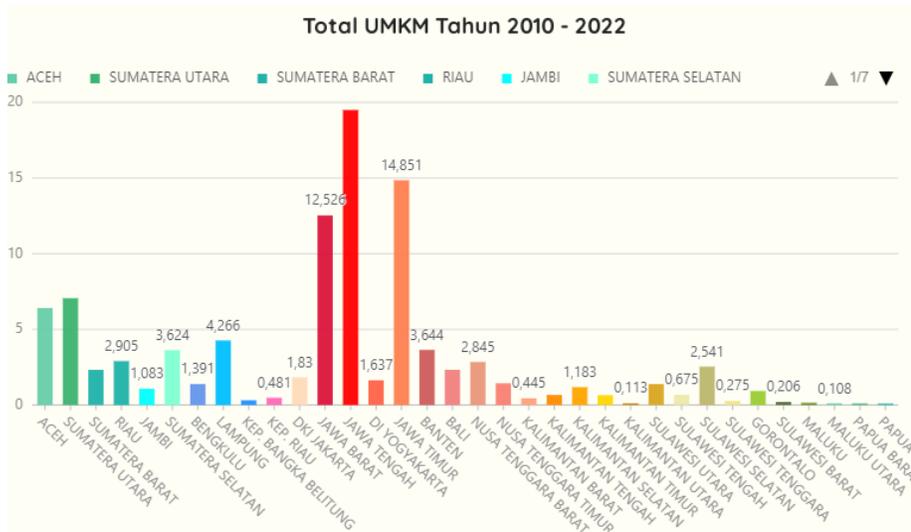
Sumber : Data Olah Pribadi (2022)

### 1.1.2 Latar Belakang

Tahun 2019 adalah tahun dimana seluruh dunia digemparkan oleh sebuah wabah penyakit akibat virus mematikan, yaitu Covid-19. Dimanapun virus ini telah menyebar ke seluruh dunia termasuk negara Indonesia. Wabah Covid-19 ini dapat menular dengan cepat hanya dalam hitungan detik, salah satu penularannya adalah berinteraksi secara langsung dengan seseorang yang menderita penyakit Covid-19. Oleh karena itu, pemerintah memberlakukan aturan *social distancing* ketika seseorang disarankan untuk menjaga jarak dengan orang lain, meminimalkan hubungan sosial dengan mereka, dan menghindari tempat keramaian seperti mall, tempat makan, pasar, dan lain-lain. Pemberlakuan aturan tersebut memberikan dampak yang sangat besar yang merugikan banyak pihak mulai dari bidang pendidikan, sosial, pariwisata bahkan para pebisnis besar dan kecil. Dampak dari pandemic Covid-19 ini sangat lah besar sehingga banyak pengusaha yang mencari segala cara untuk dapat mempertahankan bisnis mereka agar tetap berjalan demi kelangsungan hidup perusahaan dan karyawan. Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat oleh pemerintah membuat dampak ini semakin nyata Selain itu, situasi ini juga berkontribusi pada penurunan ekonomi negara di semua sektor bisnis, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM sangat terpuuk oleh penjualan yang menurun, pembayaran cicilan yang sulit,

dll. Menurut laporan dari [kominfo.go.id](http://kominfo.go.id) dan [ekon.go.id](http://ekon.go.id) berdasarkan informasi Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM), jumlah UMKM mencapai 64,2 juta pada Maret 2021. UMKM menyumbang 61,07% dari Produk Domestik Bruto atau total Rp 8.573,89 triliun. Selain itu, diperkirakan UMKM dapat menyerap 97% dari seluruh angkatan kerja saat ini dan berpotensi mendatangkan hingga 60,42% dari seluruh investasi di Indonesia. Namun, selain itu, kapasitas permodalan UMKM, khususnya di masa pandemi mengalami kendala. Menurut jajak pendapat yang dilakukan Badan Pusat Statistik 2020, sebanyak 69,02% UMKM mengalami tantangan permodalan di masa pandemi Covid-19. Per Oktober 2020, laporan pengaduan ke Kementerian Koperasi dan UKM menyebutkan hingga 39,22% UMKM mengalami kendala permodalan di masa pandemi Covid-19. Akibatnya, pemerintah menawarkan banyak dukungan baik dari sisi penawaran maupun permintaan. Pemerintah menawarkan bantuan berupa dukungan modal kerja, subsidi kredit UMKM, dan relaksasi suku bunga pinjaman bank guna menjaga sektor UMKM melalui pendaftaran sederhana tanpa perlu beberapa izin. Agar pemilik perusahaan UMKM dapat mengembangkan usahanya di tengah wabah yang sedang berlangsung, pemerintah juga menggenjot sisi permintaan.

Di era digitalisasi semakin canggih serta melihat dukungan yang diberikan oleh Kemenkop UMKM Indonesia secara penuh, banyak pelaku UMKM yang mencoba untuk melakukan perubahan, salah satunya adalah dengan mengubah cara berjualan yang pada awalnya secara konvensional atau melalui *offline store* yaitu bertemu langsung dengan konsumen menjadi sistem berbasis online atau *online store* yaitu para konsumen bisa membeli barang atau jasa tanpa harus bertemu secara langsung dengan penjual. Hal ini dilakukan oleh banyak para pengusaha agar dapat bertahan hidup dan mempertahankan kehidupan bisnis atau usaha mereka. Dalam hal ini, Kemenkop UKM juga menggandeng beberapa pihak untuk mempercepat digitalisasi UMKM Indonesia seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee, Grab, Gojek, dan lain sebagainya agar dapat segera menyesuaikan diri untuk dapat melanjutkan kehidupan berdampingan dengan wabah penyakit Covid-19.



**Gambar 1.2 Grafik Jumlah UMKM Tahun 2010-2022**

Sumber : [satudata.kemenkopukm.go.id](http://satudata.kemenkopukm.go.id) (2022)

Dari fenomena yang terjadi diatas, kerajinan gerabah yang ada di Desa Paseban masih melakukan penjualan gerabah secara konvensional, salah satunya adalah bisnis keluarga dari perusahaan Gerabah Istiqomah yang secara turun-menurun menggunakan sistem *Business to Business* (B2B) yaitu sebuah sistem dimana perusahaan ini menyediakan jasa produksi gerabah dan menjual hasil produksinya kepada bagi perusahaan yang lain dan juga menggunakan sistem *Business to Consumer* (B2C) yaitu sebuah sistem dimana perusahaan ini menyediakan jasa produksi gerabah dan menjual hasil produksinya kepada konsumen secara langsung dengan hanya mengandalkan wisata religi yang ada di lingkungan sekitarnya. Gerabah Istiqomah terletak di daerah Dukuh Pagerjurang, Desa Paseban, Kecamatan Bayat yang menjual berbagai jenis gerabah seperti vas bunga, pot tanaman, patung, guci, celengan, kendi, kual, celengan, piring, anglo, tempayan, cobek, poci, bahkan satu set perlengkapan meja, wastafel dan lain-lain.



**Gambar 1.3 Hasil Produk Gerabah Istiqomah**

*Sumber : Data Olah Pribadi (2022)*

Produksi gerabah mengalami penurunan akibat Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang diberlakukan pemerintah. Hal ini disebabkan oleh beberapa mitra usaha yang menunda pemesanan produk, merugi, bahkan menutup usahanya akibat rendahnya daya beli konsumen terhadap gerabah. Dalam proses wawancara dengan Ibu Sukarmi selaku pemilik perusahaan gerabah, selain menurunnya penjualan, Gerabah Istiqomah juga belum memiliki strategi bisnis yang terperinci untuk dijadikan acuan pengembangan bisnisnya dalam jangka pendek dan jangka panjang. Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) juga membuat pemilik bisnis gerabah tersebut sempat menutup bisnisnya selama satu bulan lamanya sampai kondisi dirasa lebih baik. Tantangan lain yang dihadapi, yaitu turunnya semangat kerja para karyawan dalam memproduksi gerabah akibat upah kerja yang diberikan tidak sesuai dengan usaha yang mereka berikan bahkan mereka harus rela tidak menerima upah bekerja selama satu bulan akibat penutupan bisnis akibat Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Naiknya kebutuhan ekonomi rumah tangga di Indonesia memaksa para karyawan untuk terus berusaha menghidupi kebutuhan keluarga selama masa pandemi. Pemilik perusahaan sempat ingin memproduksi gerabah sendiri tanpa karyawan dengan hanya mengandalkan beberapa anggota

keluarga pemilik perusahaan. Namun, proses produksi terhambat oleh kekurangan sumber daya manusia yang akan membuat prosesnya menjadi lebih lama dibanding dengan ketika dikerjakan oleh banyak karyawan. Konsumen utama dari Gerabah Istiqomah adalah para pengunjung wisata religi Makam Sunan Pandanaran Bayat dan beberapa pengusaha gerabah di satu daerah maupun diluar daerah, maka tidak ada pendapatan selain mendapat permintaan produk dari para konsumen pengunjung Makam Sunan Pandanaran Bayat, masyarakat setempat, dan para pengusaha tersebut. Peneliti terinspirasi untuk melakukan kajian strategi bisnis yang efektif sebagai hasilnya demi kelangsungan hidup UMKM Gerabah Istiqomah. Selain itu, subjek penelitian dekat dengan tempat tinggal peneliti sehingga memudahkan mereka untuk segera mengakses informasi dan data.

Ahli ekonom sekaligus pengusaha yang merupakan CEO Mikro Investindo Utama, Budiman Satria Isman yang juga menjadi pencetus pertama sebuah alat bisnis yang sering disebut dengan *Smart Business Map* (SBM) di Indonesia yang mana *tools* atau alat bisnis tersebut telah banyak membantu para *entrepreneur* untuk mencapai *performance* yang terbaik. *Smart Business Map* (SBM) ini sendiri terdiri dari *Playing Field*, *Market Landscape*, dan *Operational Profitability*. Pendirian sebuah Yayasan Pemberdayaan Masyarakat Indonesia Mandiri dan juga disebut Pro Indonesia dan gerakan wirausaha SBM Pro Indonesia adalah sebuah wadah dalam penggunaan alat bisnis baru tersebut untuk memberikan pengetahuan bisnis praktis bagi para pelaku UMKM yang mana dapat mendiagnosis proses bisnis dan membangun fondasi bisnis agar dapat bertumbuh lebih cepat, lebih besar, dan lebih baik. Biasanya permasalahan yang terjadi dalam sebuah perusahaan terletak pada *Playing Field* sebagai fondasi sebuah perusahaan dan *Market Landdscape* sebagai sebuah sumber penentu untuk mendapatkan *profit*. Sampai saat ini, SBM Pro Indonesia telah memiliki bisnis yang terakselerasi sebanyak 3.650 dengan 10.000 peserta dan 100 *business coach*. SMB Pro Indonesia juga selalu mengadakan kegiatan *workshop* SBM, *coaching business*, hingga program pemberdayaan lainnya. *Smart Business Map* (SBM) ini termasuk suatu alat bisnis baru dikembangkan di Indonesia dan belum banyak penelitian yang membahas maupun menggunakan alat ini. Melihat hal tersebut, model bisnis ini dapat menjadi penyusunan strategi bisnis yang baru untuk permasalahan yang dihadapi oleh Gerabah Istiqomah.

Smart Business Map digunakan ini ditelaah oleh dua sisi yaitu *Playing Field* serta *Market Landscape*. Alat bisnis tersebut digunakan untuk mengetahui lebih dalam permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan dan dapat menghasilkan solusi untuk permasalahan tersebut sehingga dapat menghasilkan strategi baru dalam mengembangkan perusahaan Gerabah Istiqomah. Dalam

penelitian ini akan berfokus pada pendekatan *Playing Field* dan *Market Landscape* dimana hal tersebut merupakan bagian yang mendasar dari sebuah perusahaan. Dengan penelitian yang akan dilakukan ini, diharapkan dapat menghasilkan konsep dan strategi bisnis menggunakan *Smart Business Map* (SBM) *Board* yang lebih memudahkan dalam penyesuaiannya bagi Gerabah Istiqomah. Berikut merupakan tabel *Smart Business Map* (SBM) berdasarkan *SBM Board*.

TABEL 1.1  
*SMART BUSINESS MAP*

<b>Variabel</b>	<b>Dimensi</b>
<i>Playing Field</i>	<i>What is the problem your business is trying to solve?</i>
	<i>Who has the problem?</i>
	<i>What is the solution?</i>
	<i>How big is the market?</i>
	<i>What's factor will impact the business?</i>
<i>Market Landscape</i>	<i>Why do people choose you?</i>
	<i>How do you sell your product?</i>
	<i>How do you keep your customer?</i>

Sumber : Sari, S.R.D. (2022).

Analisis Strategi Pengembangan Bisnis memakai *Smart Business Map* Pada D'Wan Shoes, Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia, Vol. 2 No. 3, 469-481. Berdasarkan uraian yang sudah disampaikan sebelumnya, jadi peneliti tertarik agar menyelenggarakan temuan dengan judul "STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM GERABAH ISTIQOMAH DI DESA PASEBAN MENGGUNAKAN *SMART BUSINESS MAP*".

## **1.2 Fokus Penelitian**

Penelitian yang diselenggarakan fokusnya untuk deskripsi pemetaan strategi bisnis Gerabah Istiqomah menggunakan model bisnis *Smart Business Map* (SMB) dengan variabel tersebut berkaitan langsung dengan fundamental atau dasar dari perusahaan.

### **1.3 Identifikasi Masalah**

Masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut, mengingat informasi latar belakang dan penekanan penelitian yang dijelaskan di atas:

“Bagaimana strategi bisnis berbasis *Smart Business Map* (SBM) bagi UMKM Gerabah Istiqomah Di Desa Paseban yang ditinjau dari *Playing Field* dan *Market Landscape*?.”

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan temuan yang dilakukan ini adalah supaya mendapatkan strategi bisnis berbasis *Smart Business Map* (SBM) untuk UMKM Gerabah Istiqomah yang ditelusuri *Playing Field* serta *Market Landscape*.

#### **1. *Playing Field***

Tujuan penelitian *Smart Business Map* yang ditelusuri dari *playing field* sendiri antara lain untuk mengetahui apa akar permasalahan yang ada dalam perusahaan Gerabah Istiqomah, untuk mencoba memperbaiki secara langsung permasalahan yang ada dalam perusahaan Gerabah Istiqomah, dan mencari solusi dari berbagai alternatif yang ada untuk mengembangkan perusahaan Gerabah Istiqomah. Serta, kita juga bisa menentukan besarnya peluang pasar Gerabah Istiqomah dan faktor-faktor yang dapat memberikan pengaruh dalam mengembangkan perusahaan Gerabah Istiqomah.

#### **2. *Market Landscape***

Tujuan penelitian *Smart Business Map* yang ditinjau dari *Market Landscape* sendiri antara lain supaya bisa menentukan pengaruh apa seseorang atau pelanggan dalam memilih suatu produk dari perusahaan Gerabah Istiqomah, untuk mengetahui bagaimana rencana perusahaan Gerabah Istiqomah memasarkan produknya, dan bagaimana perusahaan tersebut dapat mempertahankan seluruh pelanggan untuk tetap loyal terhadap produk dari perusahaan Gerabah Istiqomah.

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

#### **1.1.5 Kegunaan Teoritis**

Adapun hasil dari studi ini diantisipasi untuk digunakan untuk menjadi acuan dan bahan Pustaka bagi penelitian lanjutan pada tema atau masalah yang sama dan sebagai saran untuk memenuhi persyaratan akademik dalam menyelesaikan studi penelitian pada Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom.

### **1.1.6 Kegunaan Praktis**

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan bisa berguna bagi perusahaan sebagai referensi dalam mengembangkan bisnisnya melalui SBM (*Smart Business Map*) Board dan dapat menghadapi hambatan atau memecahkan masalah yang akan di hadapi ke depannya.

### **1.6 Waktu dan Periode Penelitian**

Waktu Dan periode pelaksanaan temuan dilakukan pada :

Periode : Agustus 2022 – November 2022

Tempat : Dukuh Pagerjurang RT 01/RW 12, Paseban, Bayat, Kab. Klaten, Jawa Tengah, 57462.

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Pendekatan sistematis penulisan dalam penelitian ini dikonsentrasikan pada penawaran ringkasan dari penelitian yang disiapkan dan dilakukan. Mengenai organisasi penulisan untuk penelitian berjudul “STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM GERABAH ISTIQOMAH DI DESA PASEBAN MENGGUNAKAN *SMART BUSINESS MAP*”.

## **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini ini membahas tentang profil perusahaan, latar belakang, wilayah penelitian, identifikasi masalah, tujuan penelitian, nilai penelitian teoritis dan terapan, waktu dan periode penelitian, serta standar penulisan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Landasan teoretis studi, studi sebelumnya yang berkaitan dengan masalah penelitian, dan kerangka kerja yang menjadi dasar untuk analisis penelitian ini semuanya dijelaskan dalam bab ini.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini membahas paradigma penelitian, tujuan dan setting penelitian, unit analisis penelitian, informan utama penelitian, metode pengumpulan data dan sampel, metode analisis data, dan metode validitas data yang digunakan dalam penelitian.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini menjelaskan hasil dan analisis penelitian mengenai strategi bisnis yang cocok untuk objek penelitian.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini membahas kesimpulan dan rekomendasi penelitian, bersama dengan saran atau ide untuk perusahaan yang sedang diselidiki.